

СУМСКАЯ А. С.  
ИВАНОВА Ю. С.

Уральский федеральный университет

## МАРКЕРЫ КОММУНИКАТИВНОЙ ПАМЯТИ «АНАЛОГОВОГО» И «ЦИФРОВОГО» ПОКОЛЕНИЙ В ГОРОДСКИХ МЕДИА <sup>1</sup>

**Аннотация:** В работе на основе теории коммуникативной и культурной памяти А. Ассман, авторской социо-культурологической концепции медиапоколений анализируются сторителлинги типично «аналогового» и «цифрового» поколений, опубликованные в городских медиа. Эмпирическая база исследования составила более 551000 слов. На основе использования Sketch Engine сформированы списки частотных слов, характерных для каждой возрастной группы. Спискам дана идеографическая характеристика. Сделаны выводы о концептуальных различиях между текстами разных поколений.

**Ключевые слова:** коммуникативная память, «аналоговое» и «цифровое» медиапоколения, поколенческая коммуникация.

SUMSKAYA A. S.  
IVANOVA YU. S.

## MARKERS OF COMMUNICATIVE MEMORY OF «ANALOGUE» AND «DIGITAL» GENERATIONS IN URBAN MEDIA

**Abstract:** Based on the theory of communicative and cultural memory of A. Assman, the author's socio-cultural concept of media generations, the storytelling of typically «analog» and «digital» generations published in urban media is analyzed. The empirical base of the study was more than 551,000 words. Based on the use of the Sketch Engine, lists of frequency words are generated that are characteristic for each age group. The lists are given an ideographic characteristic. Conclusions are drawn about the conceptual differences between the texts of different generations.

**Keywords:** communicative memory, «analogue» and «digital» media generations, generational communication.

---

<sup>1</sup> Часть исследования, выполненная А.С. Сумской, выполнена при финансовой поддержке гранта РНФ № 19-18-00264 (тема «Цифровизация коммуникативно-культурной памяти и проблемы ее межпоколенческой трансляции»).

*«В настоящее время в исследованиях памяти  
есть потенциал для творческого брожения,  
и мы считаем, что у области знаний очень светлое будущее»*

**Генри Родигер, III, Джеймс Вертш**

Коммуникативная память имеет значение для формирования и функционирования коммуникационных практик в границах поколений, «возникает в среде пространственной близости, регулярной интерактивности, сходного образа жизни и совместных воспоминаний» [1, с. 14].

По мнению Генри Родигера и Джеймса Вертша, «исследования памяти в настоящее время представляют собой, образно говоря, огромный шатер, в котором ученые, временно пребывая, представляя разные точки зрения и области знаний, могут найти свой дом, используя совершенно разные методы и средства исследования» [4, с. 12].

Данная работа ориентирована на выявление маркеров коммуникативной памяти «аналогового» и «цифрового» поколений россиян в текстах СМИ посредством применения лексико-статистического анализа. Подобное изучение речевого поведения и обобщение социолингвистических особенностей пользователей социальной сети «ВКонтакте», а в результате — выявление социокультурных приоритетов различных поколений и специфики межпоколенческой коммуникации описано в работах М. Ю. Мухина, А. И. Лозовской [2].

В данном случае сопоставительный анализ частотной лексики сторителлингов СМИ разных медиапоколений [3] реализован посредством применения Sketch Engine, современного cloud-инструмента для создания, управления и изучения больших текстовых коллекций. Эмпирическая база исследования составила более 400 текстов, более 551000 слов. В ходе работы выявлены два лингвистических подкорпуса в соответствии с анализируемыми медиапоколениями.

В процессе ручной проверки 1386 наиболее частотных слов выявлен массив наиболее часто встречающихся слов в разных поколенческих корпусах. В десятку наиболее частотных существительных «аналогового» поколения входят: год, человек, время, работа, ребенок, жизнь, день, дело, место, дом. Десятью наиболее частотными словами «цифрового» поколения стали: год, человек, время, работа, город, Россия, ребенок, дело, день, Екатеринбург.

Идеографический анализ позволил выявить доминантные группы лексики, которые идентифицируются нами как маркеры поколений:

1. Тематические маркеры «аналогового» поколения: государство, обучение, наказание, местная власть, производство, хозяйствование, семейная династия, вера.

2. Тематические маркеры «цифрового» поколения: физическое здоровье; бизнес; самореализация; время и место действия; близкие; правовая среда, связанная с преступлениями и наказаниями; гражданская активность; отдых и культура.

Единственной тематической областью, имеющей значение для того и другого поколения, стала семья. Однако если для «аналогового» поколения семья в принципе значима как социальный институт, то для «цифрового» — конкретные персоналии.

Результаты исследования показывают, что «аналоговое» поколение маркируется двойственно: с одной стороны, поколение признает значимость общинности, коллективности в принятии решений, а с другой — демонстрирует стремление отгородиться от публичности и ограничить коммуникацию только рамками семьи. «Цифровое» поколение россиян, будучи свободным от советского наследия и памяти о нем, проявляет в коммуникативном поведении индивидуальный прагматизм, нацеленность на результат.

Полученные результаты свидетельствуют о различных поколенческих тематически-смысловых ансамблях и лишь частично пересекающихся жизненных мирах.

## Литература

1. Ассман А. Длинная тень прошлого: Мемориальная культура и историческая политика / А. Ассман. — Москва: Новое литературное обозрение, 2014.
2. Мухин М. Ю., Лозовская А. И. Социальная сеть как источник социолингвистических данных: лексико-статистический анализ / М. Ю. Мухин, А. И. Лозовская // Вестник Южно-Уральского государственного университета. Сер. «Лингвистика». — 2019. — Т.16 — №4. — С. 38–44.
3. Сумская А. С. «Аналоговое» и «цифровое» поколение аудитории СМИ: роль коммуникативно-культурной памяти в трансформации медиапрактик / А. С. Сумская, С. А. Свердлов // Известия Уральского федерального университета. Сер. 1: Проблемы образования, науки и культуры. — 2019. — Т. 25. — № 3 (189). — С. 32–48.
4. Roediger III H. L., Wertsch J. V. Creating a new discipline of memory studies / H. L. Roediger III, J. V. Wertsch // Memory studies. — 2008. — Vol. 1. — № 1. — P. 9–22.